



**Kampanye Edukasi Meningkatkan Pengetahuan Orang Tua TK ABA 51
Terhadap Pola Asuh Tepat pada Masa Golden Age**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas

Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Maylinda Zahrotul Qoirul Naim

40020622650103

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali mencrima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/ penjeplakan.

Nama : Maylinda Zahrotul Qoirul Naim

NIM : 40020622650103

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Juli 2026

**HALAMAN PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR**

**KAMPANYE EDUKASI MENINGKATKAN PENGETAHUAN ORANG TUA
TK ABA 51 TERHADAP POLA ASUH TEPAT DI MASA GOLDEN AGE**

Oleh:

**Maylinda Zahrotul Qoirul Naim
40020622650103**

Semarang, 01 Juli 2026

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing**



Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S

NIP. 196110261987021001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan Oleh

Nama : Maylinda Zahrotul Qoirul Naim
NIM : 40020622650103
Program Studi : S.Tr Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Kampanye Edukasi Meningkatkan
Pengetahuan Orang Tua TK ABA 51
Terhadap Pola Asuh Tepat di Masa
Golden Age.

Telah dinyatakan berhasil di hadapan Tim Penguji dan diterima untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada program Diploma IV (S1 Terapan) Informasi dan Humas Departemen Informasi dan Budaya Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI

Pembimbing : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S.
Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom.,
M.I.Kom.
Penguji II : Yofiendi Indah Indanianto, S.I.Kom.,
M.I.Kom.



Semarang, 21 Juli 2026

Ketua Program Studi



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Let’s Walk Slowly, Enjoy Every Step Of Journey”

(Mark Lee- Ex NCT DREAM)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan Kepada:

1. Universitas Diponegoro
2. Sekolah Vokasi
3. Informasi dan Hubungan Masyarakat
4. Keluarga
5. TK ABA 51
6. Sahabat dan teman-teman

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kemudahan, kesehatan serta kelancaran yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Kampanye Edukasi Meningkatkan Pengetahuan Orang Tua TK ABA 51 Terhadap Pola Asuh tepat Pada Masa Golden Age” dengan baik.

Dalam proses pelaksanaan project hingga penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, karunia, Kesehatan, kelancaran, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Mamih dan Papih, tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, doa, pengorbanan, serta semangat yang tidak pernah putus kepada penulis dalam setiap proses kehidupan. Terima kasih banyak atas segala kesabaran, perjuangan, pengorbanan dan cinta yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
3. Mas Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses pelaksanaan proyek hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Mba Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro sekaligus dosen penguji yang telah memberikan arahan, dukungan, dan masukan selama penulis menempuh pendidikan serta menyusun Tugas Akhir.
5. Kepada Mas Yofiendi Indah Indanianto, M.I.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

6. Segenap civitas akademika Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta wawasan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Ibu Yuni Ariyati, S.Pd. selaku Kepala Sekolah TK ABA 51 yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta bantuan kepada penulis dalam melaksanakan proyek Tugas Akhir.
8. Andy Fengki dan Fifi Arum, kakak penulis, yang selalu memberikan dukungan, semangat, arahan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.
9. Arunika Hilya Maheswari, keponakan kecil penulis, yang hadir di tengah proses penyusunan Tugas Akhir menjadi sumber semangat bagi penulis untuk terus berjuang hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Novia Zalfa Wijaseha, sahabat, teman, sekaligus keluarga bagi penulis, yang selalu mendengarkan keluh kesah serta kebingungan penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.
11. Kepada teman-teman penulis Tim Karoke 29, Aulia Zahra, Resti Arahmi, Anggun Septiana, Fafa Rosida, Widya Ulfa, Angel Silviani, dan Desfi Nurrachma, yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi untuk penulis.
12. Ayunda Ratri, sepupu penulis, yang selalu hadir dalam setiap momen suka maupun duka selama proses penyusunan Tugas Akhir.
13. Cimi, kucing kesayangan penulis, yang senantiasa menemani penulis siang dan malam selama proses penyusunan Tugas Akhir sehingga memberikan semangat dan kenyamanan bagi penulis.
14. Musik dari Band Perunggu yang senantiasa menemani dan menjadi penyemangat bagi penulis untuk tetap fokus serta menyelesaikan Tugas Akhir ini.
15. Berbagai coffee shop di Kota Semarang yang menjadi tempat penulis mencari inspirasi sekaligus menjadi saksi perjalanan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

16. Terakhir, untuk diri sendiri, Maylinda Zahrotul Qoirul Naim. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Terima kasih telah melewati setiap proses dengan penuh kesabaran dan tetap berusaha memberikan yang terbaik demi kebahagiaan orang-orang tersayang.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "*Kampanye Edukasi untuk Meningkatkan Pengetahuan Orang Tua TK ABA 51 terhadap Pola Asuh yang Tepat pada Masa Golden Age*". Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Penyusunan Tugas Akhir ini terdiri atas lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan: membahas latar belakang masalah mengenai kurangnya pengetahuan orang tua terhadap pola asuh yang tepat bagi anak, khususnya pada orang tua murid TK ABA 51. Pada bab ini dijelaskan rumusan masalah, tujuan, manfaat yang diharapkan dari kampanye yang akan dilaksanakan, serta luaran yang dibuat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

BAB II Tinjauan Pustaka: memuat teori dan konsep yang mendasari kegiatan, seperti kampanye, manajemen event, public relations, pola asuh anak, serta penggunaan media sosial sebagai media pendukung kampanye. Tinjauan pustaka juga memberikan informasi mengenai penelitian atau kegiatan serupa yang relevan dengan pelaksanaan kampanye.

BAB III Metode Pelaksanaan: menjelaskan berbagai metode yang digunakan selama pelaksanaan kampanye, mulai dari tahap pra-kampanye, pelaksanaan, hingga pasca-kampanye. Pada bab ini, penulis menguraikan secara rinci mengenai

konsep kegiatan, tema, tujuan, bentuk acara, anggaran dana, rundown, serta indikator keberhasilan kegiatan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan: memaparkan hasil dan pembahasan dari kampanye yang telah dilaksanakan di TK ABA 51, mulai dari gambaran umum, permasalahan yang ditemukan di lapangan, analisis masalah, tahapan kegiatan, hingga evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Penulis juga memaparkan perubahan tingkat pemahaman orang tua yang diukur melalui pre-test dan post-test.

BAB V Kesimpulan dan Saran: merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dari seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan. Bab ini menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan berhasil meningkatkan pengetahuan orang tua mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age. Selain itu, penulis juga memberikan saran kepada orang tua, penulis selanjutnya, dan pihak klien agar kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan dan menjadi lebih efektif di masa mendatang.

ABSTRAK

Masa golden age merupakan periode penting dalam pertumbuhan dan perkembangan anak yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan, terutama pola asuh orang tua. Kurangnya pemahaman orang tua terhadap penerapan pola asuh yang tepat dapat memengaruhi pembentukan karakter dan perkembangan emosional anak, seperti permasalahan yang terjadi di TK ABA 51. Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kampanye edukasi dalam meningkatkan pengetahuan orang tua TK ABA 51 mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age guna mendukung perkembangan emosional dan pembentukan karakter anak. Metode yang digunakan adalah pendekatan event campaign yang meliputi tahap pra-kampanye, pelaksanaan, dan pasca-kampanye. Instrumen evaluasi yang digunakan berupa pre-test dan post-test dengan jumlah responden sebanyak 25 orang tua murid. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan orang tua setelah mengikuti kampanye. Rata-rata tingkat pengetahuan meningkat dari kategori rendah menjadi tinggi dengan persentase rata-rata jawaban benar pada post-test mencapai 99,2%. Selain itu, orang tua memberikan respons positif terhadap kegiatan kampanye karena dinilai bermanfaat, relevan dengan kebutuhan, serta mampu menjawab permasalahan mengenai pola asuh. Dengan demikian, kampanye edukasi parenting terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan orang tua mengenai penerapan pola asuh yang tepat pada masa golden age.

Kata Kunci: kampanye edukasi, pola asuh, golden age, orang tua, TK ABA 51.

ABSTRACT

The “golden age” is a crucial period in a child’s growth and development that is heavily influenced by the environment, particularly parenting styles. Parents’ lack of understanding regarding the application of appropriate parenting practices can affect children’s character formation and emotional development, as evidenced by the issues occurring at ABA 51 Preschool. This final project aims to determine the effectiveness of an educational campaign in enhancing the knowledge of ABA 51 Preschool parents regarding the application of appropriate parenting practices during the golden age to support children’s emotional development and character formation. The method used was an event campaign approach, which included pre-campaign, implementation, and post-campaign phases. The evaluation instruments consisted of pre-tests and post-tests, with a sample size of 25 parents. The results showed an increase in parents’ knowledge after participating in the campaign. The average knowledge level rose from the low category to the high category, with an average percentage of correct answers on the post-test reaching 99.2%. In addition, parents responded positively to the campaign activities because they were considered beneficial, relevant to their needs, and capable of addressing issues regarding parenting practices. Thus, the parenting education campaign proved effective in increasing parents’ knowledge regarding the application of appropriate parenting practices during the golden age.

Keywords: Educational campaign, parenting practices, golden age, parents, ABA 51 Kindergarten.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
1.5 Luaran	10
BAB II.....	11
TINJUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Kampanye	12
2.2.2 Public Relations	15
2.2.3 Event Management.....	16
2.2.4 Pola asuh	19
2.2.5 Media Sosial Dalam Kampanye Public Relations	22
BAB III.....	27
METODE	27
3.1 Profil TK ABA 51	27

3.2	Analisis Target Audience	29
3.3	Metode Pelaksanaan.....	30
3.4	Rancangan Anggaran Biaya (RAB).....	38
3.5	Time Line Kampanye.....	39
3.6	Pasca pelaksanaan Kampanye	41
3.7	Indikator Keberhasilan.....	41
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Proses pelaksanaan karya bidang.....	44
4.2	Tahap Pra Kegiatan	46
4.3	Tahap kegiatan	52
4.4	Publikasi dan dokumentasi.....	57
4.5	Pasca kegiatan.....	58
4.6	Analisis Data Survey keberhasilan kegiatan.....	60
4.7	Analisis Konten Kampanye	68
4.8	Indikator Keberhasilan.....	72
4.9	Hambatan dan Tantangan.....	74
BAB V.....		76
PENUTUP.....		76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra survai orang tua murid TK ABA 51	3
Gambar 1. 2 Hasil Survey Orang Tua Murid TK ABA 51	4
Gambar 1. 3 Hasil Survey Orang Tua Murid TK ABA 51	5
Gambar 1. 4 Hasil Survey Orang Tua Murid TK ABA 51	5
Gambar 1. 5 Hasil Survey Orang Tua Murid TK ABA 51	5
Gambar 1. 6 Hasil Survey Orang Tua TK ABA 51	6
Gambar 1. 7 Dokumentasi Instagram TK ABA 51	7
Gambar 4. 1 Dokumentasi Bersama kepala sekolah dan guru TK ABA 51	46
Gambar 4. 2 Kordinasi dengan pihak narahubung psikolog anak	47
Gambar 4. 3 Dokumentasi Kegiatan seminar	57
Gambar 4. 4 Publikasi kegiatan seminar dalam Instagram Tk ABA 51 dan Kompasiana.com	58
Gambar 4. 5 Kuesioner kehadiran orang tua murid TK ABA 51	61
Gambar 4. 6 Kuisisioner Pre-Test	61
Gambar 4. 7 Kuisisioner Post-Test	62
Gambar 4. 8 Kuisisioner Pre-Test	62
Gambar 4. 9 Kuseisioner Post-Test	63
Gambar 4. 10 Kuisisioner Pre-Test	63
Gambar 4. 11 Kuisisioner Post-Test	64
Gambar 4. 12 Kuisisioner Pre-test	64
Gambar 4. 13 Kusisioner Post-Test	65
Gambar 4. 14 Kuisisioner Pre-Test	65
Gambar 4. 15 Kuisisioner Post-Test	65
Gambar 4. 16 Kuesioner tingkat pemahaman orang tua terhadap seminar yang telah dilaksanakan	67
Gambar 4. 17 Kuesioner tingkat pemahaman orang tua terhadap materi yang disampaikan	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Perencanaan konten Instagram	31
Tabel 3. 2 Time perencanaan projet.....	36
Tabel 3. 3 Rundown kegiatan seminar.....	37
Tabel 3. 4 Anggaran biaya yang di dikeluarkan untuk project	38
Tabel 3. 5 Rencana kegiatan yang akan dilaksnakan.....	39
Tabel 3. 6 Indikator Keberhasilan.....	42
Tabel 4. 1 Desain dan Bentuk Konten	48
Tabel 4. 2 Media Pendukung kampanye.....	50
Tabel 4. 3 Barang perlengkapan kegiatan seminar	51
Tabel 4. 4 Anggaran Kegiatan	51
Tabel 4. 5 Rundown Kegiatan seminar.....	53
Tabel 4. 6 Perubahan konsep	55
Tabel 4. 7 Evaluasi Kegiatan	59
Tabel 4. 8 Jenis Konten Kampanye	68
Tabel 4. 9 Analisis Kampanye Online	69
Tabel 4. 10 Konten jumlah like tertinggi	71
Tabel 4. 11 Indikator keberhasilan.....	72
Tabel 4. 12 Hambatan dan tantangan pelaksanaan kampanye.....	74